Nr. 50. **Poznań, dnia 10 grudnia 1927.** **Rocznik 8.**



Organ Związku Zakładów Graficznych i Wydawniczych na Polskę Zachodnią z siedzibą w Poznaniu.
Ceny ogłoszeń i przedpłaty znajdują się na stronie ostatniej.
Telefon 2555 — Administracja i Redakcja: Poznań, Stary Rynek 4 — P. K. O. 202868

Do naszych Szanownych Abonentów!

Uprzejmie prosimy **o odnowienie prenumeraty** „Przeglądu" na I-szy kwartał 1928 roku (styczeń, luty, marzec)

Prenumerata wynosi
kwartalnie **6,—** zł

Do numeru niniejszego dołączamy **blankiet nadawczy** na P. K. O. Poznań nr. 202868, za pomocą którego prosimy **przekazać nam przedpłatę,** inaczej bowiem dostawa czasopisma naszego ulegnie przerwie.
Wszelkie reklamacje — po zapłaceniu prenumeraty — o niedostarczanie „Przeglądu Graficznego i Papierniczego" prosimy **na pierw** skierować do miejscowego urzędu poczt., a o ile to nie pomoże, dopiero do administracji.
Abonentów **zalegających** z przedpłatą prosimy o spieszne nadesłanie wyrównania a to celem uniknięcia przerwy w odbiorze. **Administracja.**

Sztuka w sztuce.

Czy mówić można o jakiejś sztuce drukarskiej? Gdy słowo to w zaczątkach drukarstwa utworzono, słusznie mówiono o sztuce drukarskiej. Później jednak w wypełnieniu swej misji jako jeden z najgłówniejszych filarów kultury, coraz mniej można było mówić o sztuce; drukarstwo coraz więcej zrównało się z rzemiosłem, służąc jedynie materjalnym interesom, ogołocone zupełnie z ideałów artystycznych.

Sztuka drukarska w ciągu kilku wieków przeszła te same fazy, jakie zgotowano wielu pięknym, wzniosłym i artystycznym — piosenkom; rozszerzyły się one na wszystkie warstwy ludności, jednak przez uogólnienie ich zatracały swą wartość artystyczną i zostały piosenką — uliczną. Tak samo, jak szewczyk na ulicy wygwizdywał swą piosenkę w najrozmaitszych tonacjach, lecz zawsze fałszywie, w równej mierze szło drukarstwo, w którem znaleźli się ludzie, którzy je doprowadzili do tak niskiego stopnia wytwórczości, że już o sztuce mowy być nie mogło.

Mniejwięcej przed 70-ciu laty, w zaczątkach ogólnego ruchu zawodowego, również i w drukarstwie rozpoczęto pracę nad podniesieniem sztuki. Inicjatywę podjęli zdolni fachowcy, zakładano stowarzyszenia typograficzne, pisma zawodowe podjęły akcję rozszerzenia myśli twórczej, nastały i upadały najrozmaitsze kierunki, poczyniono wielkie zmiany na polu reprodukcji, druku barwnego, budowy maszyn, wszystko to dało drukarstwu częściowo nowe myśli twórcze, a w ostatnich dziesiątkach lat również i sztuka gra bardzo ważną rolę w naszem życiu zawodowem.

Artyści palety i kredki wstąpili w nasze szeregi, by przez swą ideę i współpracę drukarstwo ożywić. W pierwszym rzędzie tyczyło się to ozdobnictwa i pisma okładki książkowej, dla której z wielkim pożytkiem pracowali artyści pierwszorzędni. Ozdobnictwo to i utwory dla odlewni czcionkowych, były dla nich jednak zanadto ograniczonem polem pracy. Druki akcydensowe i reklamowe, przedewszystkiem kilkubarwne spowodowały niejednego z artystów do współpracy. Nie jest moim zamiarem wydać ocenę krytyczną ich artystycznej działalności. W sztuce, w technice bardzo często panują rozbieżności w ocenie jednej pracy. To też idealnie uzdolniony artysta nieraz z trudem dostosuje się do wymagań naszej praktyki. Jest to jednak nie do ominięcia.

Każdy z nas przyzna, że niezawsze dzielne i odpowiednie siły artystyczne czynne były w naszym zawodzie. Byli również i tacy, którzy wykoleiwszy się, znaleźć chcieli w drukarstwie odpowiednie pole działania, lekką i dobrze płatną pracę. Jak przykre było jednak ich rozczarowanie. Artyści muszą przedewszystkiem stosunki w zawodzie drukarskim dobrze i gruntownie oszacować, bo tylko przez poważne studjum i wielką umiejętność osięgnąć można wyniki dodatnie.

Czy zawód nasz osiąga jakie korzyści przez współpracę artystów? Tak, ponieważ oni wzbudzają z letargu sztukę w drukarstwie. Zważać jednak powinniśmy na to, by drukarstwo nie otrzymało t y l k o zewnętrznego, błyskotliwego ustroju, pod którego powłoką wnet uwidoczni się podkład kruchy. Jednostki arty-

styczne, pracujące w naszym zawodzie, mają zadanie wzbudzenia i wydobywania uśpionych sił u drukarzy, a nie przytłumienia ich. Zawód drukarski tylko wtenczas będzie mógł rozwinąć się na zdrowych podstawach, jeżeli bezustannie kłaść będziemy nacisk na drobną sztukę, na zagłębienie się wszystkich współpracowników w idealną treść zawodu. Tylko wtenczas będzie on mógł stać się kwitnącym, wysoko rozwiniętym zawodem artystycznym.

Czy mamy możność przyczynić się do artystycznego rozwoju drukarstwa? Zobaczmy sobie pracę składacza. Materjał odlewni, stojący mu do dyspozycji, jest w jego ręku niczem więcej jak surowcem, zapomocą którego ma on pracy swej dać odpowiednio działający wygląd. Może on w pracę tę włożyć całe swe jestestwo. Pisma, winjety i ornamenty naszych odlewni, utworzone wedle wzorów i rysunków artystów, każde dla siebie tworzą jakieś arcydzieło, dla składacza są jednak tylko jakby miękkim woskiem, z którego plastycznie pracujący artysta ukształci czyli modeluje swe arcydzieło. Składacz wedle osobistych zdolności starać się będzie w całość tę jak i w detalach pracy wnieść artystyczną piękność i harmonię. Przeciwnie, może on również artystyczny i drogocenny materjał przez źle pojmowaną pracę zniszczyć o tyle, że z piękności tego surowca nic nie pozostanie. Składacz musi być twórcą w pewnych, niezbyt ograniczonych linjach, opartych na idealnem pojmowaniu i posiadać winien fantazję artystyczną.

A czy praca drukarza-maszynisty nie zezwala również na wyzyskanie idealnych odczuć piękna? — Jakie efekty i odcienia może on, poświęcając się zawodowi i artyzmowi z chęcią i miłością, wywołać w druku ilustracyjnym i kilkubarwnym!

Jako drukarze jesteśmy wszakże tylko artystycznymi zawodowcami, a nie artystami. Przy dziele jakiegoś artysty nie wolno ręki przykładać do poprawki lub — pogorszeń, musi on je sam duchowo i materjalnie ukończyć. Dlatego malarz, wykonujacy kopje, długo jeszcze nie może być nazwany artystą. Taksamo i składacz, pracujący artystycznie nie może być uważany za artystę, ponieważ działanie jego pracy zależne jest od pracy rąk i myśli innych. Papier, układ, treść, farba i druk, wszystko to musi dać piękną, harmonijną całość, wtenczas dopiero można mówić o dziele artystycznem, o wytworze zawodowo-artystycznym.

Dla zagłębienia i rozbudowy drukarstwa jako zawodu artystycznego nieodzowną jest rzeczą, by więcej aniżeli dotychczas kładzono nacisk na współpracę najrozmaitszych sił artystycznych.

Rozwój i umiejętność w sztuce nie winny jednak wzbudzać w szeregach pracowników zarozumiałości i dumy artystycznej. Co za wartość ma oryginalna i wspaniała idea, jeżeli wykonanie jej w druku jest marne? Albo czy pełna kunsztu praca składacza dobrze się uwydatnia, jeżeli treść jest szematycznie i błędnie ujęta? Czy praca, wykonana beznagannie przez najdzielniejszego drukarza-maszynistę, się opłaca, jeżeli składacz jest istotą bezmyślną, jakoby zupełnie obcą i nieinteresującą się zawodem? Czy praca, harmonijna w treści, idei, układzie i druku, wykonana na papierze marnym lub nieodpowiednio dostosowanym, może działać w całości swej artystycznie? Przenigdy! Tutaj usilnie starać się winniśmy o uzupełnienie wyszkolenia szeregów drukarskich, by wzrok ich zwrócić na całokształt pracy. Składacz i maszynista, pryncypał i towarzysz, każdy według swych zdolności winien się przyczynić do podniesienia sztuki. Nie powinni oni czynność swą zawodową uważać tylko jako pracę chlebodajną.

Jeżeli sztuka w zawodzie drukarskim ma znowu stanąć na swoistym poziomie, natenczas również i artyści, pracujący dla zawodu naszego, nie powinni być do niego uprzedzeni. Nie powinni oni drukarzy traktować jako swych — pachołków. W składaczu i drukarzu powinni oni widzieć tych, którzy umiejętnością swą i beznagannem opanowaniem techniki wyrazić potrafią ich myśli i idee. Artysta i artystycznie utalentowany technik pracować winni zgodnie ręka w rękę. W składaczu i drukarzu winni artyści widzieć swych równomiernych współtowarzyszy.

Czy reguły typograficzne są w zawodzie naszym uprawnione lub czy uważa się je za zbędne z powodu współpracy artstów? Drukarstwo nie będzie można nigdy nazwać sztuką, lecz zawodem artystycznym. — W każdym zawodzie panować muszą jakieś reguły celem wyuczenia i udoskonalenia przyszłych szeregów pracowników. I w naszym zawodzie ustalono na podstawie doświadczeń i praktyki cały szereg reguł, które uprzystępnić mają naszym uczniom kształcenie się w technice. Jeżeli artyści twierdzą, że dla nich niema reguł i ich nie potrzebują, również, że i drukarze winni zarzucić swoje, natenczas jest to twierdzeniem lekkomyślnem i zupełnem niezrozumieniem praktyki. Jakie wątpliwości ogarnąć muszą młodego adepta zawodu naszego przy czytaniu takich lekkomyślnych twierdzeń. Przecież i artyści szkolą się w najrozmaitszych kierunkach u wielkich mistrzów. Oni, tak samo jak my, potrzebują do ustalenia swej wiedzy pewnych ugruntowanych zasad lub reguł. Jeżeli po przepracowaniu tychże jesteśmy w stanie samodzielnie pracować, również będzie nam możliwem na podstawie własnych myśli i doświadczeń przy subjektywnej energji niejako ugruntować nowy sposób pracy. Moglibyśmy wówczas, gdybyśmy wszelkie dotychczas zebrane reguły uważali za przestarzałe i nieodpowiednie, współpracownikom naszym powiedzieć: błędną rzeczą jest iść po linji starych zasad, tym lub owym sposobem można to i to poprawić. — Ale bez uzasadnienia zignorować i zarzucić wszelkie reguły, nie dając w miejsce ich nic lepszego lub przynajmniej pozytywnego, wykpiwając ogół innomyślących, takiem poczynaniem w każdym razie nie przysłużymy się drukarstwu, dążącemu do wyżyn. Przynosi ono tylko zagmatwanie i budzi osobisty spór zamiast zbliżenie się sztuki z techniką. Jeżeli dwa te czynniki ze zrozumieniem i bez starć wspólnie pracować będą, natenczas miejmy nadzieję, że trudne i odpowiedzialne zadanie przekształcenia reguł naszych, w myśl artystycznych zapatrywań, rozwiązać będzie można.

Reguły muszą pozostać, ponieważ drukarstwo jest zawodem, zatrudniającym nietylko artystów, ale i ludzi przeciętnych i mniej zdolnych. A tym ostatnim daje się na podstawie reguł i zasad możność wykonywania pożytecznej pracy. Tylko przez spokojną i rzeczowo obmyślaną i uzasadnioną pracę będziemy w stanie zawód nasz podnieść i sztukę w drukarstwie znowu wzbudzić.

Gr.

Etyka Typografji.

Z odczytu wygłoszonego przez James O'Shaughnessy na walnem rocznem zgromadzeniu stowarzyszenia sztuk graficznych w Denver, Colorado, podajemy poniżej znamienitsze uwagi prelegenta:

Typografja jest, co w dziedzinie reklamy szczególnie się ujawnia, pismo, tak dobrane, ażeby skutecznie oddziaływało na zmysł czytelnika, pobudzało jego rozum i wolę do działania. Typograf zatem w moralnem tego słowa znaczeniu jest to człowiek podporządkowany obowiązkowości. Jego sumienie wskazuje mu obowiązek jego i zmusza go do spełniania takowego. Ponieważ typografja służy publicznym obwieszczeniom i przeznaczoną jest dla publiczności, przeto wobec własnej etyki publiczności ma wobec niej pewne zobowiązania. Jeżeli typografja używa się do przedstawienia jakiejś wiadomości o przemijającem zainteresowaniu, wówczas zobowiązana jest do liczenia się z tem, ażeby druk był czytelny, ażeby czytelnik nie tracił dużo czasu i nie psuł wzroku swego. Typografja to wszystko powinna uwzględnić i do tych wymogów się zastosować.

Zadaniem typografji, wobec plakatu mianowicie, ponieważ tenże zupełnie celom reklamowym służy, jest skupić wzrok czytelnika na ofertę handlową. Jeżeli pismo na plakacie jest za małe, jeżeli co do formy odbiega od utartego zwyczaju, jeżeli dobór kolorów nie służy do tego, co ma wyobrażać, nie daje się odrazu pojąć, wówczas nie ma mowy o estetyce. Wówczas zleceniodawca plakatu z powodu niezdarności typograficznej poniósł stratę, wówczas publiczność nie jest należycie obsłużoną.

Typografja powinna reklamie oddać całą wartość swoją na usługi. Jej zadanie składa się z trzech zadań:

1. Zwracania uwagi na siebie. Czytelnik podczas czytania chce się czegoś dowiedzieć. Zadrukowane stronice są śpichlerzami nowoczesnej wiedzy. Jej wrota powinny być każdemu czytającemu na rozcież otwarte.

2. Powinna się podobać. Pismo tak cudownie nadaje się do tego, by się przypodobać, że tylko od zdolności typograficznej zależy, ażeby to osięgnąć.

3. Ma informować. Jeżeli typografja jest pociągającą i przyjemną, wówczas treść sama wystarczy, by obowiązek był spełniony. Jeżeli atoli pismo jest czytelnikowi obce lub uszeregowanie tegoż odbiega od utartego zwyczaju, wówczas odwraca się czytelnik od niego.

Odpowiedzialność typografji nie zaczyna i nie kończy się z zwykłym zestawem pisma. W wyborze charakteru i wielkości pisma oraz uszeregowaniu tegoż zastosowane powinny zostać reguły piękna. Pod wpływem agentur reklamowych rozwinęła typografja taką potęgę, że wpłynęła na zmianę sposobu myślenia czytelnika.

O ile zachodzi potrzeba ilustracji lub koloryzacji w jakiejkolwiek części zadania typograficznego, wówczas typografja powinna znać sposoby ich użycia i zastosowania. Wzbudza typografja przez dobór osobliwego pisma i uszeregowanie tegoż w umyśle czytelnika pewne wrażenia w charakterze oferty, wówczas typograf powinien zdawać sobie sprawę z skutku tej możliwości.

Typografja w dziedzinie reklamy stanowi pomost łączący myśli składającego ofertę z myślami czytelnika. Użyte w dziedzinie reklamy pismo, które tego dokonać nie jest w stanie, jest nieestetyczne, chociaż zestaw jest beznaganny.

Odszukiwanie starożytnych kroji pisma może służyć jako dowód badań typograficznych, tworzenie lub przejmowanie nowych rodzaji pisma może być uważane w każdej innej sztuce jako dowód dobrego wyszkolenia i znawstwa; w typografji atoli jej własna sztuka staje w pierwszym rzędzie. Niechaj się ona do rysownika lub kolorysty nagnie, to jednakże dostosuje się ona do potrzeb typografji, inaczej bowiem wydobędzie coś, co z typografją nie ma nic do czynienia. Twory, które się z fantastycznych, zniekształconych lub nadpsutych pism składają, uważać z góry należy jako przewinienia typografji, której zadanie niepotrzebnie utrudniają.

Typografja znajdzie zawsze swój właściwy kierunek czytelnością pisma. Nie jest ona przecież zabawką, tylko potężną bronią, którą sztuka w rękę ludzką złożyła. Ona ma większy obowiązek, jak tylko ustanawiać ustawy lub dowodzić armją.

Dwukolorowy druk wklęsły.

Światu drukarskiemu, a nawet wielu fachowcom druku wklęsłego, nie jest znanem, jak daleko sięgające możliwości obiecuje dwukolorowy druk wklęsły na polu nietylko gospodarczem, ale i techniczno-drukarskiem.

Na wstępie zapatrywać będziemy się sceptycznie, sądząc, że dwoma farbami, któremi w żadnej z dotychczas znanych technik drukarskich nie osiągnięto naturalnego odtworzenia kilkubarwnego szkicu, również i drukiem wklęsłym nie osiągniemy nic oryginalnego.

A jednak technika druku wklęsłego daje nam, przy użyciu dwóch farb, możność osiągnięcia lepiej działających druków, aniżeli w dotychczasowych technikach.

Nietylko dla drukarza, ale i częściej jeszcze dla klienta, zdarza się okazja, druki swe przez dodanie drugiej barwy ożywić, chcąc przez to przewyższyć prace konkurenta. Mamy tu na myśli szrokie pole prac reklamowych, których najkorzystniejsze działanie osięgnąć chcemy jak najmniejszemi kosztami.

Wykonano wprawdzie dotychczas prospekty, plakaty i opakowania w dwóch kolorach, ze względu jednak na tańszą produkcję umieszczano barwy te obok siebie.

Zdarzają się częściej przypadki, w których zapomocą doboru drugiego koloru ożywić chcemy wygląd jakiejś reprodukcji drukarskiej. Mamy tu na myśli okładki książkowe, tytuły czasopism lub wewnętrzne ich ilustracje, które zamiast jednobarwnie, przez dobór drugiego lub trzeciego koloru ożywione, otrzymują lepszy wygląd, nie dorównując wprawdzie oryginałowi, dają okładce książkowej lub czasopismu więcej ożywienia aniżeli druk jednobarwny.

Osiągnąć to możemy tylko zapomocą druku wklęsłego, który w przeciwieństwie do druku wyższego (wypukłego) lub płaskiego pozwala na dowolne mieszanie farb i koloryzowanie.

W druku wyższym jak i płaskim bywają farby przez wysoko stojące lub płaskie elementy drukarskie zawsze w równo cienkiej warstwie na papier przenoszone, o tyle, że przy druku następnej farby ona w r ó w n e j mierze się miesza z pierwszą. Druk wklęsły dozwala jednak w głębszych częściach formy na przyjęcie grubszej warstwy farby. Fakt ten dowodzi, że w druku wyższym i płaskim nigdy nie osiągniemy tyle niezliczonych odcieni z dwóch farb i dwóch przejść maszyny, podczas gdy przy druku wklęsłym nie trudno będzie osiągnąć dowolne nałożenie i mieszanie kolorów w miejscach życzonych.

Twórca dwukolorowej pracy szkicowej, mającej by reprodukowaną w druku wklęsłym, ma przy użyciu dwóch farb pole nieograniczone. Szkic jego może być w druku wklęsłym wiernie odtworzony. Tak samo może on przy okładkach czasopism lub t. p. każdy szkic obrazu dowolnie koloryzować i w druku wklęsłym osięgnąć niezliczone odcienia barw, przewyższające o wiele druk jednokolorowy.

Dwukolorowy druk wklęsły ma w każdym razie w przyszłości wielkie szanse i z pewnością, o ile raz należycie oszacowany przez drukarzy i klientów, znajdzie bardzo wielu zwolenników. *Poraj.*

O czem wielu jeszcze nie wie.

Ile waży 1000 głosek? Zestaw mieszany (nie z innym rodzajem pism, lecz z jednego gatunku, z użyciem różnych głosek i znaków z niego) waży w stosunku do wielkości:

Perl	0,38 kilo	Borgis	1,00 kilo
Nonparel	0,50 „	Korpus	1,25 „
Kolonel	0,63 „	Cicero	1,66 „
Petyt	0,83 „	Mittel	2,50 „

Ile ważą liczby? Jest ogólnie przyjęte, że liczby odlewa się na grubość półfiretu. Waga ich w takim razie przedstawia się następująco:

1000	liczb	nonparelu	0,500 kilo
1000	„	kolonelu	0,700 „
1000	„	petytu	0,900 „
1000	„	borgisu	1,100 „
1000	„	korpusu	1,450 „
1000	„	cicera	2,000 „

Na jeden kilogram wchodzą liczb półfiretowych:

z nonparelu	2000 sztuk
z kolonelu	1450 „
z petytu	1100 „
z borgisu	850 „
z korpusu	700 „
z cicera	500 „

Ile waży justunek? Jako podstawę obliczeń bierzemy tu półfiret, podług którego da się łatwo obliczyć inne gatunki justunku. Na jeden kilo wchodzi półfiretów (wysokości 54 punktów):

około 2200	sztuk	nonparelowych
„ 1600	„	kolonelowych
„ 1200	„	petytowych
„ 1000	„	borgisowych
„ 850	„	korpusowych
„ 550	„	cicerowych
„ 400	„	mitlowych
„ 300	„	tertiowych
„ 200	„	tekstowych
„ 100	„	dwumitlowych

Z chwili bieżącej

Proces o zniewagę Prezydenta Ministrów, jako zwierzchnika Państwowych Zakładów Graficznych, wytoczono redaktorowi pisma naszego, i to na podstawie notatki, umieszczonej w nr. 12 z dnia 19 marca r. b. pod tytułem „Nowe 50-złotówki będą skasowane?“ — Pierwsza rozprawa odbyła się 6 lipca r. b. Oskarżonego skazano na 100 zł grzywny, wzgl. 10 dni aresztu. Wyrok ten uchylony został przez Sąd Apelacyjny z tem umotywowaniem, że o ile oskarżony został zasądzony za obrazę Prezydenta Ministrów, postępowanie umarza się. O ile zasądzenie nastąpiło za obrazę urzędników, sprawę przekazuje się Izbie Karnej dla ponownego rozpatrzenia. — Na ponownej rozprawie w dniu 6 grudnia r. b. oskarżony uwolniony został od winy i kary, a koszta nałożono kasie państwowej. Obronę prowadził mecenas Dr. Celichowski.

Z historji maszyny do składania „Monotype“. — Warto przypomnieć, że obecnie upływa lat 30, jak w używaniu znajduje się model C maszyny do składania „Monotype“. Model ten pozostaje nadal w użyciu, chociaż udoskonalone modele D i DD go prześcignęły.

Wynalazca monotypy, zmarły w 1913 roku Tolber Lanston, już w roku 1885 wpadł na pomysł, ażeby za pomocą perforowanej wstęgi papierowej dyrygować maszyną do składania liter, przyczem poszczególne czcionki pojedyńczo wyciskane bywały z metalu. Procedura ta nie okazała się doskonałą, gdyż oczko wyciskanych liter nie było wyraziste. Wobec tego Lanston wynalazek swój połączył z maszyną odlewającą czcionki, która każdą literę podług perforowanej taśmy manuskryptowej odlewała i równocześnie czcionki szeregowała w poszczególne wiersze. Lanston z roku na rok doskonalił swój wynalazek, tak dalece, że już w 1890 r. wyprodukował maszynę doskonale składającą gładki zestaw. Atoli Lanston nie ustawał nadal w doskonaleniu swego wynalazku i przy pomocy S. Bancrofta udało mu się w roku 1897 model maszyny do składania doprowadzić do takiej doskonałości, że jako „Monotypa model C“ zyskała sławę światową. Dalszem udoskonaleniem wynalazku Lanstona były modele D i DD, któremi każdy zestaw bez trudu wykonać można. Model DD, którego wykończenia Lanston już się nie doczekał, stanowi dzieło pomnikowe w dziedzinie genjalnej pomysłowości technicznej na polu mechanicznego zestawu drukarskiego.

Monolina okazem muzealnym. W Muzeum Niemieckiem w Monachjum ustawiono jako zabytek historyczny maszynę do składania czcionek, typu „Monoline“. Pochodzi ona z wydawnictwa czasopisma „Hamburger Fremdenblatt“, gdzie bez przerwy przez 24 lata była czynną. Została ona w rzeczonem wydawnictwie, jako też trzy inne maszyny do składania, tego samego systemu zastąpiona przez intertypę. — Wynalazca monoliny, W. S. Scudder, był współpracownikiem wynalazcy linotypy, Mergenthalera. Obecnie jest Scudder, senior starej gwardji fabrykantów maszyn do składania czcionek, naczelnym konstruktorem intertypy.

Z międzynarodowego kongresu litografów. Dnia 16 i 17 listopada r. b. odbył się w Brukseli nadzwyczajny międzynarodowy kongres litografów i kamieniodrukarzy. W miejsce zmarłego sekretarza Poelsa wybrano sekretarza związku litografów w Belgji, Bergmannsa, międzynarodowym sekretarzem związkowym. Siedziba sekretarjatu międzynarodowego pozostaje nadal w Brukseli.

Angielski trust gazetowy Allied Newspapers, który posiada największą drukarnię w całej Europie, rozbudował niedawno swój olbrzymi gmach wydawniczy kosztem przeszło 10 miljonów złotych. Trust miał w roku 1927 przeszło 15 miljonów złotych czystego zysku, czyli 21 procent kapitału zakładowego. Do trustu należą obok innych następujące olbrzymio rozpowszechnione gazety angielskie: Sunday Times, Daily Dispatch i Sunday Chronicle.

PRZEGLĄD PAPIERNICZY

Organ Stowarzyszenia Polskich Kupców Papierniczych w Poznaniu

Z Stowarzyszenia Polskich Kupców Papierniczych w Poznaniu.

Ostatnie tegoroczne zwykłe miesięczne zgromadzenie członków Stowarzyszenia Polskich Kupców Papierniczych w Poznaniu odbyło się w poniedziałek, dnia 5 bm. o godzinie 7,30 wieczorem w sali posiedzeń lokalu „Boulevard". Udział członków stowarzyszenia był mniej liczny niż zazwyczaj, niezawodnie wskutek zwiększonej pracy handlowej powodowanej zbliżającą się Gwiazdką.

Zebranie zagaił utartym zwyczajem i przewodniczył mu prezes stowarzyszenia p. Jarosz, nestor kupców papierniczych w Poznaniu. Po odczytaniu sprawozdania z listopadowego posiedzenia przez sekretarkę p. Chmielewską, które przyjęto, przystąpiono do rozpatrzenia i załatwienia korespondencyj, nadeszłych do zarządu Stowarzyszenia. List p. Skrzetuskiej, żony zmarłego ś. p. członka Stowarzyszenia, wyrażający podziękowanie za liczny udział kolegów w ostatniej posłudze zgasłemu i wieńce, przyjęto do wiadomości.

Następnie odczytano i przedyskutowano list firmy Edward Kręglewski, Tow. Akc. w Poznaniu, wystosowany na ręce prezesa Stowarzyszenia, p. Jarosza, w którym firma powołując się na rozmowę telefoniczną z p. Kulińskim, z której się dowiedziała, że ostatni ustęp pisma Stowarzyszenia, wystosowanego do Kuratorjum Okręgu Szkolnego w Poznaniu, wymierzony jest przeciwko wspomnianej firmie, takowa protestuje przeciw tego rodzaju nieżyczliwemu traktowaniu przez Stowarzyszenie jednego ze swych członków w memorjałach, składanych władzom szkolnym. Firma wskazuje na to, że artykuły jej zdobyły sobie renomę dzięki wysokiej jakości i dzięki umiejętnej reklamy. Do Kuratorjum Szkolnego firma nie zwracała się o protekcję i nie utrzymuje z władzami szkolnemi stosunków w celu narzucania szkołom swych wyrobów drogą nakazu. W końcu swego pisma firma prosiła prezesa Stowarzyszenia o wyjaśnienie członkom jej stanowiska w sprawie, o której mowa.

W toku dyskusji, która się z powodu listu firmy E. Kręglewski wywiązała, zebrani wyrazili żdziwienie ogólne, że w ten sposób firmę mylnie poinformowano, gdyż członkom Stowarzyszenia to nawet na myśl nie przyszło. Postanowiono przeto polecić zarządowi Stowarzyszenia wysłać w tym sensie list do firmy E. Kręglewski, o której lojalności wobec kupiectwa papierniczego nikt nie wątpi.

Z kolei przystąpiono do omówienia projektu zmiany ustaw Stowarzyszenia Kupców Papierniczych. Zastępca przewodniczącego p. Nowak, oświadczył, że zarząd postanowił na razie nie przeprowadzać zmiany ustaw. Pojektowane zmiany są bowiem tak mało ważne, że szkoda pieniędzy na wydrukowanie nowych ustaw. Na plenarnem zebraniu zresztą sprawa zmiany ustaw będzie przedyskutowaną i podaną do publicznej wiadomości członków Stowarzyszenia.

W poczet nowych członków przyjęto p. K. Wtorkowską, p. Bolesława Niemojewskiego i p. Irenę Heusler.

W wolnych głosach poruszono, że firma „Aquila" p. Bartscha ogłasza w pismach codziennych bloki kalendarzowe po cenie hurtowej 50 gr, za co detaliści nie są w stanie takowych sprzedawać, i że ogłaszanie takich cen bałamuci publiczność, przeciwko czemu zarząd powinien wkroczyć.

W dyskusji oświadczono dalej, że dotychczas nie praktykowano podawania cen hurtowych w pismach codziennych, natomiast w pismach fachowych, na co firmie wspomnianej postanowiono zwrócić uwagę.

Pan Czosnowski zaznaczył, że Stowarzyszenie powinno sobie wyrobić autorytet, poważanie i posłuch wszystkich firm, małych i wielkich, ażeby zgrzytów w dziedzinie rywalizacji handlowej nie było. Ażeby członków Stowarzyszenia zbliżyć do siebie zaleca p. Czosnowski urządzanie wieczorków towarzyskich, któreby stały się doskonałym środkiem do nawiazania stosunków wzajemnych w celu wspólnej pracy na niwie zadań Stowarzyszenia.

Poruszone ostatnie sprawy pozostały bez uchwał z powodu mniej licznie przybyłych na zebranie członków; pozostawiono takowe do załatwienia na przyszłem zebraniu.

Na tem program obrad się wyczerpał i prezes p. Jarosz solwował zebranie.

Katastrofalna nadprodukcja książki w Niemczech.

Z zagranicy niemieckiej nadchodzi wieść chlubna dla produkcji umysłowej: „Codziennie ukazuje się przeciętnie na rynku księgarskim 75 nowych wydawnictw dziełowych. — Każda trzytysięczna osoba pisze dzieła..."

Stwierdza to urząd statystyczny w Berlinie. Stwierdzenie tej ruchliwości wydawniczej i płodności literackiej w Niemczech posiada obecnie właśnie aktualne znaczenie, właśnie teraz, gdy kilkunastu najbardziej znanych w Niemczech nakładców dzieł w publicznej wymianie zdań z rezygnacją ustaliło fakt, że niechęć nabywcza czytającej publiczności się wzmaga.

Stwierdzenia urzędu statystycznego w Berlinie zwróciły publiczną uwagę na pewne wewnętrzne przesilenia na rynku księgarskim, na kryzys produkcji i sprzedaży książki, których główny powód liczbami podanemi przez urząd statystyczny jaskrawiej i dobitniej ilustruje, aniżeli zgłębione teoretyczne badania...

Tak donoszą świeżo z zagranicy niemieckiej. Zjawisko warte jest, ażeby mu się nieco uważniej przyjrzeć. W Niemczech, w chwili współczesnej pisze i drukuje się dwa do sześć razy tyle książek, aniżeli w innych państwach kulturalnych. Fakt ten, obwieszczony i liczbami udowodniony przez niemiecki urząd statystyczny wystarcza, jak same koła fachowe w Niemczech to stwierdzają, by bez pewnej fantazji zrozumieć, z jakiego powodu niemiecki rynek

księgarski chroma: bezwątpienia wskutek nadprodukcji wydawnictw dziełowych.

Funkcjonarjusze fachowi urzędu statystycznego w Niemczech stwierdzili, że na obszarze, na którym dominuje język niemiecki, do którego obok Rzeszy niemieckiej i Austrji wliczyli także część Szwajcarji zamieszkiwanej przeważnie przez ludność językiem niemieckim się posługującą, wydano w roku 1925 nie mniej tylko 31 595 nowych wydawnictw książkowych. Liczba ta, kolosalna, w roku 1926 nieco zmalała, spadłszy na 30 064, atoli w roku bieżącym znowu silnie wzrasta. Temi liczbami nowo wydanych dzieł książkowych Niemcy, przyznać to trzeba, zdobyły rekord na światowym rynku księgarskim, z którego ich tak łatwo żaden inny naród kulturalny wyprzeć nie zdoła, nawet Japonja i Rosja, których produkcja książek obecnie dosięga przeszło połowę liczby dzieł produkowanych w Niemczech. Rosja sowiecka, jako kraj najbardziej nienasycony strawą duchową, wydała w 1925 roku 21 583 nowych dzieł książkowych, atoli uprzytomnić sobie trzeba, że przeważająca część liczby wydawnictw rosyjsko-sowieckich to dzieła służące propagandzie politycznej, tak płodnej w dziedzinie ugruntowania utopji komunistycznej. Przy tej sposobności zaznaczyć wypada, że ludność w Rosji, posługująca się językiem rosyjskim, podwójnie przewyższa ludność posługującą się językiem niemieckim.

Japonja wydała w 1925 roku 18 029 nowych wydawnictw dziełowych, zajmuje przeto na światowym rynku księgarskim relatywnie drugie miejsce po Niemczech. Wszystkie inne państwa zachodnie nie dosięgły połowy liczby wydawnictw wydanych w Niemczech. Francja wydała była 1925 roku 14 943 nowych wydawnictw dziełowych, Anglja okrągło 13 000, a Stany Zjednoczone Ameryki Północnej 9574 dzieł, czyli, dobrze licząc, ostatnie państwo wydało zaledwie szóstą część w stosunku do produkcji literackiej w Niemczech, jeżeli się uwzględni podwójną w stosunku do Niemiec ludność Stanów Zjednoczonych Ameryki Północnej.

Nadspodziewanie wielką jest liczba rzeczywiście nowo wydanych dzieł w liczbie tych 30 000 do 32 000 dzieł, które rok rocznie ukazują się na niemieckim rynku księgarskim. Tylko 6000 do 7000 dzieł wychodzi z powodu wyczerpania w nowym nakładzie, reszta, około 25 000 dzieł, to rzeczywiście poraz pierwszy wydane dzieła! Łatwo wyobrazić sobie można, jak trudno księgarzowi w Niemczech być musi owe 75 dzieł, które się dzień po dniu ukazują, zachować w pamięci lub mieć pogląd o ich wartości. Absolutnie jest to niemożliwe!

Dzieł beletrystycznych wychodzi również w Niemczech moc wielka. Statystyka niemiecka wylicza, że w roku 1926 w Niemczech i w krajach niemieckim językiem się posługujących, wydano 5339 dzieł belletrystycznych, w Anglii 3836, we Francji 3564, a w Stanach Ziednoczonych Ameryki Północnej 2495.

We wszystkich tych krajach rekord nad innemi wydawnictwami dziełowemi osiągnęły wydawnictwa belletrystyczne. Obok wspomnianych 5339 dzieł belletrystycznych wydanych 1926 r. w Niemczech, wydano jeszcze 2600 dzieł z dziedziny gospodarczo-społecznej, 2091 dzieł z dziedziny nauk socjalnych i 1554 nowych wydawnictw dziełowych z dziedzin kulturalnej i historycznej.

Na trzy tysiące obywateli w Niemczech przypada jeden piszący książki... To brzmi imponująco dla produkcji umysłowej w Niemczech, ale ta nadzwyczajna literacka płodność katastrofalnie daje się odczuwać na niemieckim rynku księgarskim. Rynek niemiecki tak jest zapchany wydawnictwami dzieł, tak przeciążony, że wybitne dzieła toną w olbrzymiej masie dzieł przeciętnych i ochota nabywania książek wskutek tego słabnie, jak fachowe koła księgarskie w Niemczech na to wskazują, zalecając ograniczenie produkcji książek na dzieła wybitne.

To nie da się tak łatwo przeprowadzić, o tem wiedzą fachowe koła w Niemczech doskonale. Ilościowy rekord nie jest jeszcze rekordem jakościowym.

Olbrzymi, zbyt olbrzymi napływ wydawnictw dziełowych wywołuje przesyt publiczności w kierunku nabywania książki.

Z Filatelistyki.

Zbieranie znaczków pocztowych w przeciwieństwie do minionej ery inflacyjnej staje się znowu lubownictwem w szlachetnem tego słowa pojęciu. Gdy dawniej, mniej u nas w Polsce, jaskrawiej natomiast w innych krajach, z wzrastaniem nominalnej wartości walut i efektów wzrastało niebywale poszukiwanie za cennemi, rzadkiemi okazami filatelistycznemi, tysiące ludzi, którzy przedtem w tej dziedzinie nie mieli żadnego pojęcia, stali się zapalonymi filatelistami, gdyż w rzadkich i cennych znaczkach pocztowych instynktownie odgadli cenny przedmiot spekulacyjny, obiecujący doskonałą lokatę pieniędzy nietylko, lecz i łatwy zysk. Zakupywano olbrzymie zbiory znaczków i zazwyczaj z zyskiem je sprzedawano dalej — byle handel szedł. Gonitwa za rzadkiemi, cennemi okazami nie znała granic, w ostatnich latach atoli i w dziedzinie filatelistyki można zauważyć pewne uzdrowienie stosunków podaży i pokupu; filatelistyka powoli staje się tem, czem była dawniej za dobrych czasów przedwojennych: zbieranie starych znaczków pocztowych staje się znowu rodzajowym, ulubionym sportem.

Wszystko zaczyna znowu zbierać znaczki pocztowe, a po wielkich domach przetargowych zagranicą spotykać można w miłej zgodzie tak uczni uczelni średnich i uniwersyteckich, jakoteż przemysłowców i artystów jako nabywców. Znaczki i dzisiaj stanowią dobrą i pewną lokatę kapitału, rzecz naturalna, mianowicie okazy rzadkie i poszukiwane, za któremi popyt ujawnia stałą tendencję zwyżkową.

Coraz to większe zainteresowanie ujawnia się szczególnie na międzynarodowych przetargach znaczków pocztowych. W Szwajcarji, Belgji, Anglji i w Niemczech rok rocznie odbywają się setki aukcyj znaczków pocztowych, których przebieg nieraz uwieńczony bywa wynikiem niespodziewanym. Tak np. niedawno temu na pewnym przetargu w Niemczech osiągnięto ze sprzedaży starych, poszukiwanych znaczków listowych 300000, na innym 120 000 marek zbioru. W tych dniach odbędzie się w Szwajcarji, w Lucernie, przetarg starych znaczków listowych, których wartość znawcy oceniają na około miljon franków szwajcarskich! Ze zbioru tego nadmienić wypada pomiędzy innemi następujące rzadkie okazy: niebieski znaczek królestwa hanowerskiego $^{1}/_{15}$ talarowy; nader rzadka czwórka znaczków naklejonych na liście 3 fenigowych, królestwa hanowerskiego, o kolorze zielonym, stemplowanych; dalej znaczki 12 krajcarowe badeńskiej „Landpost", znaczki z Lubeki z błędem drukarskim, 2½ szelągowe;

meklembursko-strzeleckie ¼ i ⅓ groszy srebrnych, a z dawnych znaczków państwa niemieckiego zielonego koloru znaczek ⅓ groszowy, niebieskiego koloru 2 groszowy i ½ groszowy. Dalej zawiera wspomniany zbiór niemal zupełną kolekcję starych i rzadkich znaczków francuskich i niemal zupełną kolekcję starych znaczków urzędowych Wielkiej Brytanji oraz wiele innych.

Na wielkich, zagranicznych przetargach znaczków listowych ujawnia się coraz wyraźniej tendencja, że zbieracze znaczków nie skupują bynajmniej znaczki z różnych krain bez wyboru, lecz specjalizują się w pewnym kierunku; jest im posiadanie całkowitej kolekcji pewnego kraju milsze, aniżeli niezupełnie skolekcjonowany zbiór ogólnoeuropejski. Uwidocznia się pod tym względem też pewnego rodzaju patrjotyzm filatelistyczny, jeżeli zbieracz specjalista ogranicza się na zbiór cennych okazów swego kraju ojczystego.

W roku 1928 odbędzie się w Wiedniu szereg wielkich posiedzeń filatelistycznych, w których przewidziany jest udział setek zagranicznych zbieraczy znaczków. W miesiącu lipcu 1928 r. odbędzie się zjazd delegatów stowarzyszeń filatelistycznych w Austrji, zjazd związków filatelistycznych z Niemiec, połączony z 34 zjazdem filatelistycznym, również kongres międzynarodowy stowarzyszenia „Fédération Internationale de Philatelie“. Do ostatnio wymienionego stowarzyszenia międzynarodowego należą obecnie Francja, Belgja, Holandja, Włochy, Grecja, Szwajcarja, Niemcy i Austrja. Podczas tego kongresu spodziewanem jest przystąpienie do związku rzeczonego Anglji, Szwecji, Norwegji, Polski i innych krajów. Zjazdy te nietylko dla Austrji posiadają ważne znaczenie dla ożywienia ruchu filatelistycznego, lecz dla zbieraczy innych krajów również; na zjeździe tym dokonywać się będzie także wymiana duplikatów znaczkowych.

Wiedeń zaczyna się wybijać jako centrum międzynarodowego ruchu filatelistycznego. Ostatnie przetargi znaczków w Wiedniu, w gmachu Dorotheum, miały wielkie powodzenie. Zlecenia nabywcze napłynęły nietylko z wszystkich stolic i miast głównych z całej niemal Europy, lecz także poważne zlecenia z Ameryki, mianowicie z Nowego Jorku, Waszyngtonu, Bostonu i Los Angelos. Że Wiedeń już dawniej nie wybił się na centrum międzynarodowego ruchu filatelistycznego, to, jak z Austrji donoszą, winny temu wysokie opłaty licytacyjne, które zarząd miasta pobiera, a które miały dotychczas ten wynik, że cenne zbiory austrjackie znikały na przetargach zagranicznych.

Światła i cienie w składach papierniczych.

Z dnia na dzień, z roku na rok kupiec papierniczy od rana do wieczora ma do czynienia z najrozmaitszemi gatunkami papieru, z różnolitemi przyborami pisemnemi, z atramentem i lakiem do pieczętowania, z księgami, zeszytami i czasopismami, mianowicie ilustrowanemi, a więc z przedmiotami, bez których publiczność kulturalna i wykształcona obejść się nie może i stąd w celu zakupu wymienionych przedmiotów wstępuje do interesu kupca papierniczego. Ta styczność handlowa kupca papierniczego z klientelą wyborową, ukształconą, a nawet dystyngowaną zmusza, rzecz jasna, częstokrotnie do zajmowania się publiczności osobistością kupca papierniczego, od którego spodziewa się uprzejmej obsługi i dostarczania towaru beznagannego. Nasi kupcy papierniczy na ogół tym wymaganiom najzupełniej odpowiadają, chociaż — nie ma to być zjadliwą krytyką — czasami mogłoby być lepiej... Nie mowa tu o osobie fizycznej kupca papierniczego, lecz o osobistości przebijającej, wpadającej w oko klienta — wyglądu wewnętrznego składu papierniczego, personelu obsługującego klientelę, a nie na ostatku okna wystawowego.

Jaki pan, taki kram! — mówi przysłowie nasze Za wszystko, co się w jego kramie dzieje, kupiec odpowiada, profituje lub traci...

Osobistość kupca ujawnia się wobec nabywającej towary klienteli przez ujawnianie przez tegoż znawstwa towaru, przez trafne dorzucenie słowa lub uwagi, gdy klient z personelem pertraktuje w przedmiocie nabycia jakiegoś szczegółu, o którym sprzedawaczka czasami błahego pojęcia nie posiada. Wyszkolenie fachowe personelu, to jedna z najważniejszych kwestyj dla kupca papierniczego, chcącego mieć powodzenie, o czem tylko nawiasem wspominamy.

Sposób rozłożenia zapasów towaru w składzie papierniczym powinien zaświadczyć o praktycznym zmyśle i estetyce kupieckiej, powinien piękno ze schludnością kojarzyć, powinien mile uderzać każdego przychodnia i przechodnia. Dopiero wtenczas osobistość kupca papierniczego zyska na uznaniu, gdy wybitnie zaświadczy o nim skład handlowy, w którym klientela coraz liczniej gościć będzie.

Właściciel interesu jest duszą tegoż; postawa jego i zatrudnionego przezeń personelu aż do ostatniego ucznia, a nawet chłopaka posyłkowego, powinna być sharmonizowaną w całość beznaganną, do czego doliczyć trzeba także składnicę towaru zapasowego, kramu, wygląd okna wystawowego i wejście do interesu, które stanowią czynnik zachęcający. Jak nikt nie dotknie się ustami zabrudzonej filiżanki, w której znajdować się może najwyborniejszy napój, tak też przechodzień spiesznie przejdzie obok interesu, którego zewnętrzny wygląd nie zachęci do wstąpienia.

Personel interesu otrzymuje dyrektywy i dyspozycje od szefa i wzorować się powinien na nim. Personel powinien również znać się na wartości towaru, nie powinien być gadatliwy, atoli uprzejmie obsługiwać klientelę, prędko rozumieć jej życzenia i łatwo odszukiwać dany szczegół lub przedmiot. Tego wszystkiego personel nauczyć powinien właściciel interesu. A czyż to miło jest klienteli, która przestępuje z niecierpliwością z nogi na nogę, bo sprzedawaczka żądanego przedmiotu odszukać nie potrafi, a szef tego nie widzi? Klient długiem czekaniem zniechęcony odchodzi i stracony jest dla interesu na zawsze.

Notatki

Ciekawy proces w Ameryce. Firma Sidny-Morris & Co. w Chicago zaskarżyła amerykański związek kupców papierniczych i artykułów biurowych oraz związek fabrykantów wymienionych przedmiotów oraz 79 niezorganizowanych fabrykantów artykułów piśmiennych. Skarżąca firma domaga się, ażeby sąd

skazał zaskarżonych na zapłacenie firmie skarżącej 800 000 dolarów odszkodowania, gdyż zaskarżeni uniemożliwili firmie nabywanie towarów na dostawę dla swej klienteli.

Firma skarżąca została zbojkotowana dla tego, gdyż zdążała przez sprzedaż poniżej cen utartych do podkopania egzystencji innych firm papierniczo-biurowych. Firma skarżąca oblicza stratę stąd poniesioną na przeszło 250 000 dolarów, a według obowiązującej w Stanach Zjednoczonych Ameryki Północnej ustawy antytrustowej wolno jej żądać trzykrotną sumę rzeczywiście wskutek bojkotu poniesionej straty.

Proces ten budzi w amerykańskich kołach fabrykantów artykułów biurowych i kupców papierniczych wielkie zainteresowanie; ustawa antytrustowa w Ameryce Północnej w celu rzeczywiście wolnego handlu przewiduje dotkliwe kary za wspólne ustalanie cen w celu wykluczenia rywalizacji handlowej podejmowanej.

Z amerykańskiego przemysłu maszyn biurowych. Z Ameryki donoszą, że znana firma Underwood, fabrykująca maszyny do pisania, zamierza się połączyć z firmą Elliott Fisher, produkującej płasko piszące maszyny buchalteryjne. Ostatnia firma niedawno temu połączyła się z firmą Sundstrand, produkującą maszyny do liczenia. Firma Underwood posiada akcyj uprzywilejowanych na 3 400 000 dolarów, a akcyj założycieli na 10 000 000 dolarów, do tego uchwaloną zwyżkę kapitału w sumie 2 400 000 dolarów. Firma Elliott-Fisher posiada na 810 000 akcyj uprzywilejowanych i na 960 000 dolarów akcyj założycieli.

Stuletni jubileusz poczty w Berlinie C. 2. Z okazji stuletniego istnienia urzędu pocztowego w Berlinie C 2 wydano jubileuszową pocztówkę, wykonaną przez drukarnię Rzeszy niemieckiej w Berlinie. Na pocztówce tej znajduje się ilustracja wyobrażająca listowego z przed stu laty według obrazu znajdującego się w muzeum poczty w Berlinie. Pocztówki, ważne przez cały miesiąc grudzień, sprzedaje wymieniony urząd pocztowy po 25 fenigów za sztukę.

Nierdzewiejące pióra do pisania wprowadziła na rynku niemieckim firma Schmitt & Roentsch w Berlinie. Pióra rzeczone noszą napis „Patakrupp V 2 Stahl".

Z rynku papierniczego we Francji. Według czasopisma fachowego „Papeterie" położenie poprawiło się w ostatnim czasie we fabrykach wyrabiających papiery specjalne, szczególnie papiery pergaminowe i imitacje tychże. Fabryki papieru położone w stronach południowo-wschodnich kraju cierpią wskutek braku wystarczających zleceń na dostawę papieru, wskutek czego niektóre znacznie ograniczyły produkcję. Hurtownicy są na ogół obficie w towar zaopatrzeni. Ceny o tendencji zniżkowej.

Z rynku papierniczego w Belgji. Daje się odczuwać stagnacja handlowa. Fabryki papierów specjalnych, jak donoszą, zyskały poważniejsze zlecenia. Pokup na papiery pakunkowe słabnie. Papiery przednie o stałych cenach, tendencja raczej zwyżkowa. Z powodu ceł ochronnych, wyższych opłat przewozu i niskich płac robotniczych w Belgji konkurencja krajów skandynawskich nie zagraża przemysłowi krajowemu.

Z przemysłu papierniczego w Brazylji. Według podań czasopisma „Correio de Ceara" znajdują się obecnie w całym kraju 23 fabryki papieru w biegu, z których 7 znajduje się w Sao Paulo, 4 w stanie Rio de Janeiro, 4 w Minas Geraes, 3 w Paranie, 2 w strefie federalnej, 1 w Pernambuco, 1 w Rio Grande de Sul i 1 w Santa Catharina.

Fabryki te, których kapitał zakładowy wynosi 78 860 Contos de Reis, wyprodukowały 1926 r. 61 400 tonn papieru i tektury.

Najpoważniejsze fabryki znajdują się w stanie Sao Paulo. Największą fabryką w stanie Rio jest „Companhia Industria de Papeis e Cartonagem", której produkcja roczna wynosi 6 400 tonn, następnie fabryka w Petropolis z 3 600, „Companhia Industrial" w Pirahy z 3 000 i „Companhia Industrial San Antonio" z 2 200 tonn rocznej produkcji. W stolicy samej są dwie fabryki czynne, jedna należąca się fabrykantowi Jose Silva Araujo z 2 000 i „Companhia Industria de Papeis e Cartonagem" z 600 tonn rocznej produkcji. Z 4 fabryk papieru znajdujących się w Minas Geraes największą jest „Santa Maria" o 2 200, następnie „Dolabella Portella" z 1000, fabryka Pedra Janetti i „Fabrica Papel Juiz de Fora" z 700 tonn rocznej produkcji.

W Paranie znajdują się 3 fabryki, jakoto: „Jacarehysinho" z 2 200, „Companhia Industrias Brasileiras de Papel" z 1 800 i „Morretes" z 600 tonn rocznej produkcji.

W Pernambuco znajduje się tylko jedna fabryka papieru, należąca się fabrykantowi Alfredo Dolabella Portela, o 6 000 tonn rocznej produkcji. „Companhia Pedras Brancas" w Rio Grande do Sul wytwarza 1 200, a fabryka Itaiahy w Santa Catharina 600 tonn rocznej produkcji papieru.

Z wystawy urządzeń biurowych w Ameryce. W październiku rb. odbyła się w Nowym Jorku wystawa urządzeń biurowych, na której wystawiono sporo nowych maszyn biurowych, naprzykład prasę Schwartza, która w amerykańskich kołach fachowych wywołała wielkie zainteresowanie. Dalej wzbudziły szczególne zainteresowanie elektryczna maszyna do księgowania Elliot-Fishera, maszyna do pisania „Victor-Portable", meble biurowe wyrobione z aluminium przez firmę „Aluminium Co. of America". Również jako nowość wzbudziła zainteresowanie powszechna kasa rejestracyjna, która nadaje się szczególnie obok potrzeb handlowych do celów statystycznych.

Ogłoszenia: 1/1 strona 80 zł, 1/2 str. 40 zł, 1/4 str. 20 zł, 1/8 str. 10 zł, 1/16 str. 5 zł, 1/32 str. 2.50 zł. Na str. I. okładki 100 %, na stronie II, III i IV okł. 50 % więcej. Dla poszukujących posad 50 % opustu. Numery okazowe i dowodowe opłaca się. Ogłoszenia przyjmuje się do środy rana godz. 9

Przedpłata kwartalna 6.00 zł, miesięczna 2.00 zł, z dostawą w dom. Numer pojedyńczy 50 gr.

Konto czekowe P. K. O. Nr. 202 868
Wydawca: „Związek Zakładów Graficznych i Wydawniczych na Polskę Zachodnią z siedzibą w Poznaniu". Stary Rynek Nr. 4. Telefon 25 55.
Redaktor odpow.: Teodor Kryg w Poznaniu.
Rękopisów niezamówionych nie zwracamy

Czcionkami Drukarni Polskiej Tow. Akc. w Poznaniu, św. Marcin 70